

## **УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ VUCA – СВІТУ**

Анна Чмут, к.е.н, ст. викладач кафедри економічної теорії та  
міжнародних економічних відносин

Олена Звонарьова, студентка IV курсу

**Херсонський державний університет, м. Херсон**

Сучасне середовище функціонування ринку страхових послуг характеризується складністю, нестабільністю, мінливістю та невизначеністю. Таке середовище американські вчені називають VUCA – світом. VUCA – це акронім, утворений початковими буквами чотирьох слів: Volatility (мінливість), Uncertainty (невідомість), Complexity (складність), Ambiguity (багатозначність). В таких умовах асортиментна політика та процес управління асортиментом страхових товарів і послуг повинні постійно трансформуватись та пристосовуватись до нових вимог ринку.

Відповідно до Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг» [1] та Генеральної угоди з торгівлі послугами [2], страхова послуга є складовою фінансових послуг.

В Генеральній угоді з торгівлі, яка є частиною законодавства СОТ визначені наступні види страхових послуг, та тих, що пов'язані із страхуванням: послуги щодо проведення прямого страхування, послуги з перестраховування, послуги страхових посередників, послуги, пов'язані зі страхуванням (консультації, актуарні розрахунки, послуги з оцінки ризику та ін.) [2].

Поряд з поняття «страхова послуга» в науковій літературі часто використовують поняття «страховий продукт». Аналіз наукового доробку вітчизняних та зарубіжних науковців в галузі методологічного підходу до визначення понять «страхова послуга» та «страховий продукт» дозволив

прийти до висновку, що серед науковців і досі відбуваються суперечки з питань щодо рівнозначності або ієрархічної підпорядкованості цих понять. Погоджуючись з дімками Сухонос С.Л. [3] та Пшеничнюк Т.В. [4] в тому, що ці поняття є взаємопов'язаними, але не тотожними, під страховою послугою можна розуміти втілення і практичну реалізацією конкретних продуктів страхової компанії. А відповідно до вищесказаного, страхові продукти це – окремі різновиди страхових послуг, призначені для захисту застрахованих предметів від конкретних ризиків [11, с. 85]. Тобто поняття «страхова послуга» є більш широким ніж «страховий продукт».

Асортимент страхових послуг – це перелік видів страхування, якими можуть скористатися як юридичні, так і фізичні особи. Враховуючи проведений вище понятійний аналіз, до переліку видів страхування можна віднести страхові продукти.

Асортиментна політика страхових підприємств є інструментом реалізації стратегічних і тактичних цілей фірми через зміни асортименту та кількості товарів (послуг) відповідно до сутності та етапів здійснення цих цілей. Метою асортиментної політики є встановлює зв'язку між вимогами ринку, з одного боку, та намірами і можливостями підприємства – з іншого.

Дослідження міжнародної страхової компанії Allianz Global Corporate & Specialty [7] в якому прийняло участь більше 1000 респондентів з 55 країн світу показало, що поряд із стандартним набором ризиків, що пов'язані з зупинкою бізнесу, зміни кон'юнктури ринку вагомим місцем посідає ризик кібератак. Ще чотири роки цей ризик посідав 15 місце з показником 6% відповідей, а на сьогодні 30% респондентів відмітили його високу значимість. Із 10 найбільших глобальних ризиків в 2017 році саме кіберінциденти є тригером для половини з них.

Саме ринок страхування від кібер-загроз може стати одним з найперспективніших в найближчі 10 років. Однак на даний момент вітчизняні страхові компанії поки не виробили власний підхід до оцінки кібер-ризиків, що стримує зростання популярності цієї послуги. В той же час, Україна є однією з найбільш зручних країн для кібер-злочинців, що пояснюється відсутністю суворих покарань, непрофесійними розслідуваннями, простою і безпечною процедурою легалізації вкрадених грошей і інформації.

Інноваційна активність страхових підприємств в напрямі розширення асортименту страхових послуг за рахунок страхування від такого актуального на сьогоднішній день виду ризику, як кібератаки є важливою складовою розвитку ринку страхових послуг України.

Отже, страхові компанії, функціонуючи в умовах VUCA – світу повинні удосконалювати асортимент своїх послуг з урахуванням актуальних для сучасного світу ризиків. Злочинність у світовому кібер-просторі стала однією з головних проблем в галузі економіки та інформаційних технологій. Розробка відповідних страхових продуктів стане вагомим поштовхом для розвитку українського ринку страхових послуг.

### **Література**

1. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг» № 2664 – III від 12.07.2001 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>
2. Генеральна угода з торгівлі послугами [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/981\\_017](http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/981_017)
3. Сухонос С.Л. Страхова послуга як економічна категорія / С.Л. Сухонос // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2011. – №1. – С. 568-572.

4. Пшеничнюк Т.В Теоретичне обґрунтування основних відмінностей страхової послуги від страхового продукту Науковий вісник Ужгородського університету 2014 Випуск 3 (44) С143-145
5. Гаманкова О.О. Ринок страхових послуг України: теорія, методологія, практика: монографія / О.О. Гаманкова. – К.: КНЕУ, 2009. – 283 с.
6. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс ; пер. с англ. – Москва : Вильямс, 2003. – 1184 с.
7. Allianz Risk Barometer 2017 [ Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.agcs.allianz.com/assets/PDFs/Reports/Allianz\\_Risk\\_Barometer\\_2017\\_EN.pdf](http://www.agcs.allianz.com/assets/PDFs/Reports/Allianz_Risk_Barometer_2017_EN.pdf)